

КУХАРУК КАТЕРИНА, здобувач вищої освіти
 Науковий керівник – **БУРКОВСЬКА АННА**, доктор філософії
 (економіка), доцент кафедри менеджменту та маркетингу,
Миколаївський національний аграрний університет, м. Миколаїв

СТРАТЕГІЇ ВИКОРИСТАННЯ ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТУ В УПРАВЛІННІ ТУРИСТИЧНИМИ ФІРМАМИ

Тайм-менеджмент у сфері управління туристичними фірмами відіграє вирішальну роль у забезпеченні їхньої конкурентоспроможності та ефективності. Туристична галузь, яка характеризується високою динамікою, сезонними коливаннями попиту та постійною необхідністю адаптації до змін ринку, потребує ретельного планування та раціонального використання часу. Стратегії тайм-менеджменту, інтегровані в управлінські процеси, дозволяють не лише підвищити продуктивність команди, але й покращити якість обслуговування клієнтів [1].

Однією з ключових особливостей управління часом у туристичних фірмах є здатність оптимізувати внутрішні процеси, пов'язані з плануванням турів, бронюванням, комунікацією з клієнтами та партнерами. Ефективна організація робочого часу дозволяє мінімізувати витрати, уникати помилок та знижувати ризики, що виникають через пропущені дедлайни або неузгоджені дії співробітників. Використання сучасних технологій, таких як CRM-системи, автоматизовані програми для бронювання та онлайн-інструменти планування, сприяє раціональному розподілу часу та підвищенню загальної ефективності бізнесу [2].

Управління часом також має стратегічний аспект, пов'язаний із довгостроковим плануванням. Туристичні фірми, які впроваджують системний підхід до тайм-менеджменту, можуть швидше адаптуватися до змін у попиті та враховувати сезонність у своїй діяльності [3]. Наприклад, завчасне розроблення маршрутів і пропозицій на майбутні сезони дає змогу зменшити навантаження на команду в пікові періоди, а також забезпечити більш гнучке реагування на потреби клієнтів.

Крім того, ефективний тайм-менеджмент сприяє зниженню рівня стресу серед працівників, що позитивно позначається на їхній продуктивності. У туристичній галузі, де якість обслуговування та емоційна залученість персоналу мають вирішальне значення, це є вагомим чинником успіху [4]. Керівники, які вміло розподіляють завдання між співробітниками, враховуючи їхній досвід та можливості, забезпечують баланс між навантаженням і відпочинком, що сприяє підтримці високого рівня мотивації та злагодженої роботи команди.

На сучасному етапі розвитку туристичних фірм все більшу увагу приділяють інтеграції гнучких стратегій управління часом. Умови глобалізації та цифровізації диктують необхідність швидкої адаптації до нових викликів, таких як зміни в туристичних трендах або форс-мажорні ситуації. Тайм-



менеджмент, який враховує можливість неочікуваних змін, стає основою для створення стійких бізнес-моделей [5].

Розвиток цифрових технологій відкриває нові можливості для автоматизації процесів управління часом [5]. Наприклад, впровадження штучного інтелекту дозволить створювати алгоритми для аналізу робочого навантаження, прогнозування попиту та оптимізації планування. Такі системи зможуть запропонувати більш точні й ефективні розклади роботи, враховуючи як потреби клієнтів, так і ресурсні можливості компанії [2]. Інтеграція цих технологій у щоденну діяльність туристичних фірм допоможе їм оперативно реагувати на зміни ринку та забезпечувати більш персоналізований підхід до клієнтів.

Перспективи також пов'язані з розвитком гнучких моделей управління, що враховують нестабільність ринкових умов і змінність попиту. Туристичні фірми, які впроваджують адаптивні стратегії тайм-менеджменту, отримують перевагу в умовах високої конкуренції. Це включає здатність швидко перерозподіляти ресурси, оперативно змінювати пріоритети та ефективно управляти командою в кризових ситуаціях [3]. Наприклад, у разі форс-мажорних обставин, таких як пандемія чи природні катастрофи, добре організований тайм-менеджмент дозволяє мінімізувати втрати й забезпечити стійкість бізнесу.

Таким чином, стратегії використання тайм-менеджменту в управлінні туристичними фірмами спрямовані на раціоналізацію процесів, підвищення продуктивності та забезпечення гнучкості у реагуванні на виклики ринку. Вони не лише допомагають оптимізувати роботу команди, але й створюють передумови для довготривалого успіху компанії, зберігаючи її конкурентоспроможність та репутацію в очах клієнтів.

Список використаних джерел:

1. Бурковська А.І., Дубенюк Я.О. Маркетингова стратегія як елемент управління підприємством в умовах українського сьогодення. *Modern Economics*. 2024. № 44(2024). С. 36-40. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V44\(2024\)-05](https://doi.org/10.31521/modecon.V44(2024)-05).
2. Проценко В.М. Напрями підвищення ефективності менеджменту в туризмі. *Глобальні та національні проблеми в економіці*. 2017. Вип. 18. С. 129–132.
3. Левчук Т.М., Кривов'язюк І.В. Проблеми забезпечення ефективності діяльності підприємства та їх вирішення в сучасних концепціях господарювання. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2017. Вип. 23. Ч. 2. С. 50–53.
4. Poltorak A., Burkovska A., Khrystenko O, Sukhorukova A. Dovgal I. Monitoring of relationships between indicators of food security of the states. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*. 2023. 1269(1), 012001. DOI:10.1088/1755-1315/1269/1/012001
5. Федішин В.В. Особливості управління розвитком туристичних підприємств. Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. 2018. Вип. 5. С. 174–177.

